

- 1.- La empresa como sistema y sus características. APUNTES
- 2.- Análisis de los distintos factores que componen el entorno general y específico de la empresa. APUNTES
- 3.- Localización y dimensión.
- 4.- Estrategias de crecimiento interno y externo.
- 5.- Internacionalización de las empresas. Las multinacionales. Las PYMES.
- 6.- Globalización y las tecnologías de la información y la comunicación TIC's.
- 7.- Responsabilidad social de la empresa.

3. LOCALIZACIÓN Y DIMENSIÓN DE LA EMPRESA.

Normalmente, cuando se decide crear una empresa, dos de los problemas que se plantean son dónde ubicarla y qué dimensión darle.

A) Localización.

Para escoger el lugar adecuado hay que valorar una serie de variables externas:

- **Demanda del mercado.** Mediante análisis de mercados se analiza si en la zona donde se quiere instalar la empresa hay interés hacia el producto o en qué situación se encuentra la competencia, etc.
- **Aprovisionamiento de materias primas.** Hay que valorar la cualidad, costes y facilidad de obtener los materiales.
- **Mercado de trabajo.** Hay que tener en cuenta los conocimientos técnicos, costes laborales así como la situación social y legal de los trabajadores a la hora de localizar una empresa. Actualmente se está sucediendo un proceso de **deslocalización** de empresas que cambian su localización para ahorrar en costes, normalmente trasladándose a países con mano de obra barata.
- **Comunicaciones y transporte.** También hay que pensar en las infraestructuras de la zona, autopistas, AVE, aeropuertos, etc.
- **Legislación.** Se debe conocer la normativa legal y todas las ayudas públicas. Ejemplo: al abrir una discoteca debemos conocer las normas acústicas de horario de apertura y cierre, etc. para cumplirlas.
- **Inversión, financiación y desarrollo económico de la región.** Fácil acceso a instituciones financieras y en zonas donde ha habido un buen desarrollo sostenible nos resultará más fácil que la empresa prospere.

Evidentemente, todas estas variables se deben analizar de distinta forma, según el tipo y las características de la empresa que se quiera crear.

Las empresas también se pueden integrar y dependiendo de la naturaleza de las empresas que se integran, la concentración puede ser:

1. **Concentración o integración horizontal de empresas:** se refiere a la unión de empresas que se encuentran en el mismo sector de actividad realizando la misma etapa del proceso de transformación, fabricando el mismo producto o prestan el mismo servicio. Ejemplo: diferentes entidades bancarias en un centro financiero, prestan los mismos servicios bancarios.

Ejemplos de Integración horizontal. **Renault adquirió Volvo para convertirse en el tercer fabricante de autos en Europa. Mattel, Inc., fabricante de la Barbie y los juguetes Disney, adquirió Fisher-Price, su rival fabricante de juguetes, para superar a Hasbro como la compañía más grande del mundo.**

2. **Concentración o integración vertical de empresas:** la unión es vertical cuando se agrupan empresas que realizan distintas fases de la cadena de valor de un bien. Ejemplo: alrededor de una factoría de coches surgen empresas accesorias de cristal, cuero, neumáticos, etc.

La formación de un **TRUST** se considera integración vertical y supone la toma de control por parte de una empresa matriz de otras empresas para abarcar todo el proceso productivo. El ejemplo clásico de la integración vertical es el de las empresas petroleras: una misma empresa puede reunir bajo su control las empresas que realizan las tareas de exploración, perforación, producción, transporte, refinación, comercialización, distribución comercial y venta al detalle de los productos que procesa. [Standard Oil Trust](#)

B) Dimensión.

Teniendo en cuenta la empresa como unidad de producción el concepto de dimensión no se refiere a su tamaño sino a su *capacidad de producción*, de modo que también está determinada por una serie de factores como, la tecnología, número de trabajadores o el mercado. La elección de la dimensión puede conllevar a los siguientes problemas:

1. **Falta de capacidad**, provoca que no se pueda atender toda la demanda y aunque no perdemos dinero estamos dejando de ganarlo que para el caso es lo mismo.
2. **Exceso de capacidad**, hemos estimado una demanda superior a la real sobredimensionando la empresa de forma que no se aprovecha la superficie de la fábrica puede haber máquinas paradas y en definitiva estamos incurriendo en unos costes superiores a los que necesitamos.

4.-ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO INTERNO Y EXTERNO.

El crecimiento es uno de los objetivos de las empresas y una forma de manifestar el éxito de las mismas, tal es el caso de las tiendas Zara por todo el mundo.

Las empresas pueden crecer de dos maneras:

- A) **Crecimiento interno:** se refiere al incremento de su capacidad productiva, es decir, de su patrimonio a través de nuevas inversiones. Las diferentes formas de crecimiento interno las resumimos en los siguientes puntos:

Estrategias de expansión, forma de crecimiento basado en intensificar el esfuerzo en la actividad actual de la empresa.

- **Penetración del mercado**, consiste en aumentar la participación de la empresa en el mercado actual con los productos actuales. Por ejemplo mediante campañas publicitarias, etc.
- **Desarrollo del mercado**, se introducen productos actuales en mercados nuevos, ejemplo: nueva tienda Zara en la India.
- **Desarrollo del producto**, se mejoran los productos tradicionales haciendo que evolucionen. Ejemplo: las nuevas televisiones de plasma o Led.

Estrategias de diversificación, forma de crecimiento basado en la introducción de la empresa en nuevos mercados ofertando nuevos productos correspondientes a campos de actuación diferentes.

- Diversificación, creación, innovación y diferenciación de nuevos productos en nuevos mercados. Ejemplo: una empresa de material de oficina que amplía su campo de actividades a la distribución de mobiliario.

B) **Crecimiento externo**: se lleva a cabo mediante fusión, absorción, participación y cooperación con empresas ya existentes. Cuando el mercado nacional no es suficiente las empresas se internacionalizan, es decir, intentan abrirse camino en el exterior, tal es el caso del Banco Santander o Telefónica en nuestro país.

- **Fusión**, cuando dos empresas se unen perdiendo su personalidad jurídica propia, y dan lugar a una empresa nueva resultante de la fusión con personalidad jurídica distinta de las anteriores. Ejemplo: fusión de las Cajas de Ahorro del Monte y Caja San Fernando en una entidad 'Cajasol'.
- **Absorción**, cuando una sociedad compra el patrimonio de otra u otras y lo integra en el suyo propio perdiendo su personalidad jurídica. Ejemplo: Rayanair – Clickair.

El objetivo de las fusiones y las absorciones es hacer que una empresa sea más competitiva, por lo que estos procesos son muy frecuentes en la situación actual de crisis económica.

- **Participación**, consiste en la adquisición de un paquete de acciones para alcanzar el control que se pretende de la sociedad participada. Forma más habitual de control externo.
- **Cooperación empresarial**, acuerdos entre empresas para aprovechar las ventajas de actuar conjuntamente. Y cooperación mediante franquicias, aprovechando las economías de escala del grupo en compras, promoción, marca, lo cual permite incrementar las ventas sin asumir grandes inversiones. Ejemplo: VIP's restaurantes, Blanco, Marco Aldany, No+vello, Beep, Mango, etc.
- **Formación de un holding**, surge cuando una empresa matriz adquiere más del 50% de las acciones de otras empresas, pasando así a controlarlas. El grupo empresarial que resulta realiza actividades muy diversas. Grupo Rumasa.
- **Formación de un trust**.

5.- INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS. LAS MULTINACIONALES. LAS PYMES.

Las necesidades de un país no se cubren con la producción interna, sino que necesita adquirir en el exterior una serie de productos para atender a las demandas de la población. El proceso que hace que las empresas actúen más directamente en otros países se conoce con el nombre de **Internacionalización**.

Estrategias de internacionalización:

- **Estrategia centralizada**: las decisiones se toman en el país de origen de la empresa. La presencia en el exterior se suele realizar a través de **sucursales**, que únicamente pueden tomar decisiones referentes a la comercialización.
- **Estrategia descentralizada**: surge con la creación de **filiales**, a las que se concede autonomía en la producción, comercialización, finanzas, etc. La sede central realiza las funciones de coordinación y control.

Iberdrola vende tres filiales de gas
LA COMPAÑÍA DESTINARÁ EL IMPORTE A UNA LÍNEA DE INTERCONEXIÓN ELÉCTRICA ENTRE EE UU Y CANADÁ
SERVIMEDIA - Madrid - 25/05/2010

- **Estrategia multidoméstica:** Desaparece la función de la sede central de forma que todos los centros tienen el mismo poder de decisión. Se forma un conglomerado de empresas repartidas por todo el mundo que se coordinan mediante acuerdos a escala global.

Las dos últimas estrategias de internacionalización dan lugar a las empresas **multinacionales** que son aquellas cuyo ámbito de actuación supera el territorio nacional, de modo que la mayor parte de las actividades (producción, compras, ventas, etc) se realizan fuera de su país de origen, en distintos lugares del mundo.

El desarrollo de las multinacionales fue posible gracias a los avances en los transportes y las tecnologías de la comunicación además del periodo de paz que posibilita las buenas relaciones comerciales entre países. Entre las multinacionales andaluzas destaca **Abengoa** con sede en Sevilla que trabaja en el campo de la ingeniería, energía e infraestructuras, etc. El grupo **Consentino**, fabricante de materiales de construcción y decoración con sede en Macael (Almería), o las bodegas jerezanas **González Byass**.

Y por otro lado existen las **PYMES** formadas por la **microempresa** (menos de 10 trabajadores) la **pequeña** (menos de 50 trabajadores) y la **mediana** (menos de 250 trabajadores) las cuales representan el 90% del total de las empresas españolas. España y Andalucía superan la media de los países comunitarios, lo cual no es del todo malo ya que estas empresas generan muchos puestos de trabajo y representan la principal fuente de ingresos de numerosas familias. Normalmente el capital de las pymes es propiedad de una sola persona o de pocos socios. Veremos las ventajas e inconvenientes a través de las siguientes características básicas de las pymes:

- Son muy **numerosas**, casi el 95% de las empresas españolas son PYMES (micro empresas, pequeñas y medianas).
- Tienen **carácter familiar** donde la capital lo controlan pocas personas, este carácter familiar plantea problemas a la hora de la sucesión las cuales normalmente no pasan de la 3ª generación.
- **Flexibilidad:** principal ventaja derivado de su escasa dimensión.
- **Especialización**, realizan actividades concretas (nicho de mercado).
- **Facilidad de comunicación** debido al contacto diario entre el empresario y los trabajadores.
- **Dificultades en el acceso a las fuentes de financiación.** Los bancos necesitan garantías y las grandes empresas generan mayor confianza.
- Cierta **atraso tecnológico** en lo referente a la maquinaria al no disponer de suficientes fondos, no ocurre lo mismo con las TIC's que se han abaratado bastante.
- **Falta de formación del personal** causa de los escasos recursos disponibles es difícil realizar cursos de formación continua a los trabajadores, etc.
- **Cercanía con los clientes**, causa del tamaño ofrecen un trato más personalizado lo cual supone un factor de competitividad.
- **Generación de empleo.** Las pymes suelen ser intensivas en mano de obra y las grandes empresas en capital esto unido a su gran número hace que sean generadoras de empleo.